

文旅融合背景下国产游戏创新与推广的模式探索：基于《原神》的案例分析

Exploring the Innovation and Promotion Models of Domestic Games in the Context of Culture-tourism Integration:
A Case Study of Genshin Impact

张 妍¹ 李金昊² 赵宇翔¹

(1. 南京理工大学经济管理学院, 南京, 210094; 2. 南京理工大学中法工程师学院, 南京, 210094)

[摘要] **[目的/意义]**探究文旅融合对国产游戏创新与推广的渗透和驱动, 分析文旅融合与游戏双轨融通的积极作用。**[研究设计/方法]**以开放世界冒险类角色扮演游戏《原神》作为案例, 结合一手访谈资料以及视频和新闻等二手数据, 通过开放编码方法探索开放世界游戏中的“高保真”文旅融合元素, 挖掘未来游戏与文旅深度融合的发展方向。**[结论/发现]**在文旅融合的驱动下, 将优秀的传统文化与丰富的自然、人文景观融入开放世界游戏的规划设计, 有助于提升游戏的临场感和体验感, 增强玩家的参与度和沉浸感。融入“高保真”文旅元素的游戏作为一种“柔性”的文化输出形态, 通过不经意的、高参与度的、强渗透力的、富体验性的互动模式, 影响海外玩家对中华文化的认知, 有效提升国家文化软实力的输出。**[创新/价值]**探索文旅融合背景下国产游戏创新与推广的新模式, 以期为促进游戏产业的跨界合作、文旅产业的模式创新和可持续发展提供思路。

[关键词] 文旅融合 开放世界游戏 玩家体验设计 文化输出 原神 案例研究

[中图分类号] G203 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1003-2797(2021)05-0107-12 **DOI:** 10.13366/j.dik.2021.05.107

引用本文: 张妍, 李金昊, 赵宇翔. 文旅融合背景下国产游戏创新与推广的模式探索: 基于《原神》的案例分析[J]. 图书情报知识, 2021, 38(5): 107-118. (Zhang Yan, Li Jinhao, Zhao Yuxiang. Exploring the Innovation and Promotion Models of Domestic Games in the Context of Culture-tourism Integration: A Case Study of Genshin Impact[J]. Documentation, Information & Knowledge, 2021, 38(5): 107-118.)

[Abstract] **[Purpose/Significance]** This article explores the penetration and driver of culture-tourism integration on the innovation and promotion of games in China, and analyzes the positive effects of the deep integration of games, culture and tourism. **[Design/Methodology]** This study employed the open-world adventure role-playing game Genshin Impact as an example. An open coding analysis was conducted on the primary interview data and the secondary data such as videos and news. Eventually, the "high fidelity" elements of culture-tourism integration in open world games were identified so as to exploit the deep integration directions of games with culture and tourism in the future. **[Findings/Conclusion]** Driven by the integration of culture and tourism, excellent traditional culture and rich natural and human landscapes are assimilated into the

[基金项目] 本文系国家自然科学基金面上项目“公共文化服务领域开放数据的价值共创机制及实现模式研究”(72074112)的研究成果之一。(This is an outcome of the project "Exploring the Value Co-creation Mechanism and Application Mode of Open Data Projects in Public Cultural Services" (72074112) supported by National Natural Science Foundation of China.)

[通讯作者] 赵宇翔(ORCID:0000-0001-9281-3030), 博士, 教授, 研究方向: 用户信息行为、网络信息资源管理, Email: yxzhao@vip.163.com。(Correspondence should be addressed to ZHAO Yuxiang, Email: yxzhao@vip.163.com, ORCID: 0000-0001-9281-3030)

[作者简介] 张妍(ORCID:0000-0003-1930-519X), 硕士研究生, 研究方向: 用户信息行为、网络信息资源管理, Email: strawberries_z@163.com; 李金昊(ORCID:0000-0001-6297-6285), 本科生, 研究方向: 用户信息行为、网络信息资源管理, Email: lionel_ljh@163.com。

文旅融合背景下国产游戏创新与推广的模式探索：基于《原神》的案例分析

Exploring the Innovation and Promotion Models of Domestic Games in the Context of Culture-tourism Integration: A Case Study of Genshin Impact

张妍 李金昊 赵宇翔

planning and design of open world games, which could enhance the sense of presence, immersion, and players' engagement. As a flexible form of cultural output, games with "high fidelity" culture and tourism elements affect overseas players' perceptions of Chinese traditional culture through the inadvertent, high-participation, strong penetrating, and experiential interaction model, which could improve the output of Chinese culture as part of our soft power. [Originality/Value] In the context of culture and tourism integration, this article explores new models of domestic games' innovation and promotion. It can shed lights on providing implications for promoting cross-border cooperation of the game industry, as well as model innovation and sustainable development of the culture and tourism industry.

[Keywords] Culture-tourism integration; Open world games; Players' experience design; Cultural output; Genshin Impact; Case study

1 引言

随着国民经济的增长以及年轻一代消费群体的崛起,传统的教科书式文化传播形态、观光式旅游体验形式已无法满足公众日益增长的个性化和高品质精神需求。2018年3月,我国整合文化部和国家旅游局相关职能,组建文化和旅游部,将文旅融合发展上升到国家重大战略层面。文旅融合以增强和彰显文化自信,提高国家文化软实力和中华文化影响力为目标,推动文化事业、文化产业和旅游业融合发展^[1]。在数字经济背景下,文旅融合正在释放新的发展机遇和市场资源。对于游戏产业而言,积极响应文旅融合的趋势能够极大提高其社会价值、经济价值和艺术价值,促进游戏产业转型和业态升级。

文化产业是指为社会公众提供文化及其相关产品的生产活动的集合^[2],游戏作为新兴的文化创意产业,发展势头强劲且影响巨大。2019年游戏相关文创产品产值230.33亿元,占文创产品市场31%^[3];2020年中国游戏市场实际销售收入2786.87亿元,同比增长20.71%^[4],海外市场实际销售收入达154.50亿美元,同比增长33.25%。在疫情居家防控的社会背景下,游戏产业一跃成为文化经济的增值点。随着越来越多的网络游戏产品走出国门,中国游戏产业在全球的影响力与知名度也在不断扩大。网络游戏作为一种媒介,是一种大规模在线生产、群体协作且人机互动大众传播形式^[5]。中国文化以游戏的方式与世界对话,可以有效地传达中华文化的内核,消解因文化隔阂产生的误解和偏见,进而提升国家文化软实力。

中国互联网信息中心(CNNIC)第47次报告中特别提到以《原神》为代表的开放世界冒险游戏,创造性地将开放世界机制与网游和手游结合,为国内外玩家带来新颖的游戏体验^[6]。开放世界游戏(Open World Games)是一种基于虚拟世界的游戏机制,其中对于生态环境的刻画涉及写实生态与写意生态两种,既包含对自然与人文景观的还原^[7-8],也包含对社会风俗、秩序、规则等文化特征的解读^[9-10],这与文旅融合的方向不谋而合。“文旅融合+游戏”的生态平台以跨界创新的方式推动数字文旅产业供给侧结构性改革^[11],丰富文旅产品的多样性。米哈游科技有限公司自主研发的《原神》作为一款现象级的国产开放世界游戏,入选了2021-2022年度国家文化出口重点企业和重点项目^[12],其构建的“高保真”游戏场景及蕴含的丰富文化内核也颇受赞誉^[6]。鉴于此,本文以《原神》为案例,探究文旅融合战略对国产游戏创新与推广的积极影响。利用一手访谈资料以及二手视频、新闻等数据,探索开放世界游戏中融入的“高保真”文旅元素,阐释文旅融合与游戏产业“联姻”的时代价值,挖掘文旅融合驱动下未来国产游戏创新的发展方向。

2 相关研究

开放世界不同于传统根据内容的游戏分类准则,而是基于学习设计(Design-for-Learning)的观点划分的一种可以与其他游戏类型结合的创新理念^[13],游戏的核心在于开放世界的建构与塑形。开放世界可以基于现实世界重构,抑或打造一个全新的游戏空间^[14]。更多情况下,开放世界游戏中的世

界观并非完全与现实世界脱节,而是现实世界风貌和社会规则映射下的“镜像”,是虚拟与现实并存的自由空间^[10,14]。此外,开放世界游戏赋予了玩家高度的自主权和自由度,玩家可以按照期望的顺序和方法自主探索广阔的游戏世界^[15-16],与世界中的元素进行互动^[8,17],并触发相应的随机事件,推进故事情节发展^[6]。开放世界游戏的世界观,包括环境、背景、叙事等要素,在游戏的开发和设计中占据重要地位。基于此,一方面,许多研究从 NPC^①^[8,18-19]、音乐^[20]、图像^[21]等方面对开放世界游戏的设计元素进行仿真,构建 NPC 移动路径模型^[18]、行为模型^[8]、群体角色模型^[19]、音乐模型^[20]以及图像语义标签^[21],增强开放世界生态环境的现实感与可信度,提升玩家的沉浸感与临场感;另一方面,也有学者利用机器学习识别玩家的潜在意图,构建玩家目标识别模型^[22],提炼开放世界游戏玩家的行为模式^[16],为玩家创造多样化的定制游戏体验。

除了游戏交互设计与玩家体验,开放世界游戏作为一类新兴文化产品,其本身的特色和价值也值得探究。如 Champion 分析了开放世界游戏中的文化遗产特征,明确文化临场感(Cultural Presence)可以通过游戏进行广泛传播^[9]。随着开放世界游戏在文化遗产传承和保护方面的作用与日俱增,开放世界游戏本身作为一种文化产品,其中蕴藏的文化广度、深度及提供的各种体验引起了研究者的关注,游戏的文化学习工具属性逐渐被挖掘^[23]。利用开放世界游戏来记载、保存或再现具有历史、艺术和文化意义的人、地、时、事、物,俨然成为数字人文视角下利用时间和空间要素创造教育体验的新课题^[24]。有学者研究发现,在虚拟游戏世界中,开放世界游戏具备的叙事性能够引导玩家深度参与^[25];在游戏离线后,开放世界游戏蕴含的文化属性能够引发玩家游戏外的内容创作与分享,有助于文化知识的传播和认知盈余的深度挖掘^[26]。

总的来说,开放世界游戏所承载的文化属性已经被学界所认可,但目前针对我国特定游戏叙事结构的研究较少,尤其缺乏对融入“高保真”文旅元素游戏场景的探索,并且国内外尚未有研究分析文旅

融合与游戏模式创新及推广的双向作用。笔者认为,结合我国国情,在文旅融合的大背景下,探究文旅融合元素对游戏产业的渗透与驱动,能够补充文化产业发展与创新的理论研究,并为“文旅融合+游戏”的生态平台构建提供参考依据。

3 研究设计

3.1 案例介绍

《原神》是由上海米哈游公司自主开发并发行的开放世界冒险类角色扮演游戏。《原神》构建了一个被称为“提瓦特”的开放世界,大陆上包含七个城邦:蒙德、璃月、稻妻、枫丹、纳塔、须弥和至冬。玩家可以按照故事主线完成相应任务,寻找伙伴以及共同对抗敌人,也可以在不同的空间和地图上探险漫游,触发随机事件。游戏世界之外,米哈游公司还创建了官方玩家在线社区——米游社,主要用于发布游戏资讯以及促进玩家在线交流和二次创作。通过米游社将散落在世界各地的游戏玩家聚集在一起,通过官方与玩家间的内部与外部互动延伸游戏 IP 的辐射范围,共同打造米哈游开放的游戏生态系统。游戏于 2020 年 9 月 28 日在 Windows、PS4、Android 和 iOS 平台同时上线,收获普遍好评。仅一个月全球下载量超过 3,700 万次,主要来自美国、韩国、日本等国家^[27],不到半年时间,收入超过 10 亿元,是 2020 年全球收入最高的移动游戏^[28]。

3.2 研究方法

本研究采用案例分析作为研究方法。案例研究是利用多样化的数据,系统地探索个人、群体或者某个社会现象的一种质性研究方法^[29]。为了尽可能多地捕获游戏中渗透的“高保真”文旅元素,笔者采用访谈法对 18 位深度参与《原神》的玩家进行半结构化访谈,获取一手访谈数据。此外,为了弥补单一视角的局限性,笔者选取部分游戏上线后的《原神》官方视频和新闻等二手数据进行提取和挖掘。在多元数据的基础上,笔者利用内容分析法对《原神》中

① NPC:non-player character 的缩写,指游戏中的非玩家角色,由程序设定生成。

文旅融合背景下国产游戏创新与推广的模式探索：基于《原神》的案例分析

Exploring the Innovation and Promotion Models of Domestic Games in the Context of Culture-tourism Integration: A Case Study of Genshin Impact

张妍 李金昊 赵宇翔

文旅融合元素的渗透进行探索，进而分析文旅融合与游戏产业发展的双轨融通模式。

本研究采用深度访谈法收集资料。通过“滚雪球”方法和在游戏视频平台直接邀请的方式，确定了18位访谈对象，包括在校大学生8人、中学生2人、公司职员6人、高校教师1人和自由职业者1人，广泛涉及各行各业的多元主体。其中男性11人，占61.1%；女性7人，占38.9%。大部分访谈对象的受教育程度为本科及以上，访谈对象年龄集中在18-32岁，与《原神》用户群体的年龄分布相符^[30]。访谈时间为2021年1月8日至2021年3月10日，访谈对象的游戏龄大多超过10年，对网络游戏有一定的了解，并且对于《原神》均有较为深度的游戏参与和体验。笔者在访谈对象允许的情况下签订知情同意书并对访谈全过程进行录音和记录。访谈对象的基本信息如表1所示。

表1 访谈对象的基本信息

Table 1 Basic Information of the Interviewees

| 受访者编号 | 性别 | 年龄 | 受教育程度 | 职业 | 游戏龄(年) | 日均在线(小时) |
|-------|----|----|-------|----------|--------|----------|
| 1 | 男 | 26 | 硕士 | 算法工程师 | 15 | 1-2 |
| 2 | 男 | 20 | 本科 | 学生 | 14 | <1 |
| 3 | 男 | 21 | 本科 | 学生 | 11 | 3-4 |
| 4 | 女 | 24 | 硕士 | 广告设计师 | 14 | >4 |
| 5 | 男 | 21 | 本科 | 学生 | 14 | 3-4 |
| 6 | 女 | 21 | 本科 | 学生 | 4 | <1 |
| 7 | 男 | 27 | 硕士 | 教育机构讲师 | 15 | 3-4 |
| 8 | 女 | 25 | 硕士 | 学生 | 8 | >4 |
| 9 | 男 | 18 | 高中 | 学生 | 5 | 1-2 |
| 10 | 男 | 28 | 本科 | 人力资源专员 | 13 | <1 |
| 11 | 男 | 20 | 本科 | 学生 | 14 | <1 |
| 12 | 女 | 24 | 本科 | 事业单位基层人员 | 15 | 1-2 |
| 13 | 女 | 25 | 硕士 | 产品经理 | 8 | 2-3 |
| 14 | 男 | 21 | 本科 | 学生 | 14 | 2-3 |
| 15 | 男 | 32 | 博士 | 高校教师 | 10 | 3-4 |
| 16 | 女 | 27 | 博士 | 学生 | 13 | 1-2 |
| 17 | 男 | 31 | 硕士 | 自由职业者 | 18 | >4 |
| 18 | 女 | 18 | 高中 | 学生 | 4 | 1-2 |

本研究采用线下面对面深度访谈收集资料，访谈时间控制在60-90分钟。访谈大纲通过访谈迭代的方式及时调整并不断完善，直至访谈语料的饱和。访谈内容包括两方面：一是，询问访谈对象的基本信

息和《原神》参与情况；二是，针对影响玩家游戏体验的元素进行访谈，特别是侧重于从文化隐喻和旅游场景的视角请受访者谈谈对《原神》这款游戏的感受和经验。研究者尽可能利用与《原神》有关的视频及新闻资料作为唤起玩家记忆的素材，再辅以《原神》开服以来的关键事件（critical incident technique）作为刺激物让玩家回忆相关的互动经历及心得体会。此外，访谈过程中如果玩家需要确认一些游戏中的细节和线索，可以通过主机或者移动设备实时进入游戏场景，从而确保了内容的准确性和连贯性。

4 文旅元素对游戏创新的渗透分析

《原神》中的“高保真”文旅元素渗透是吸引玩家持续参与的重要因素。“高保真”文旅渗透元素不仅体现在自然风貌与人文特质的全方位还原，还体现在景观细节的呈现、生态一致性及视觉交互设计等真实感的打造。“提瓦特”的每个国度都基于现实世界的不同风貌设计而成，其中璃月便是以东方美学和中式文化为蓝本的奇幻城池。笔者从文化和旅游两方面入手，分析璃月地区文旅融合元素的嵌套和运用，具体如图1所示。

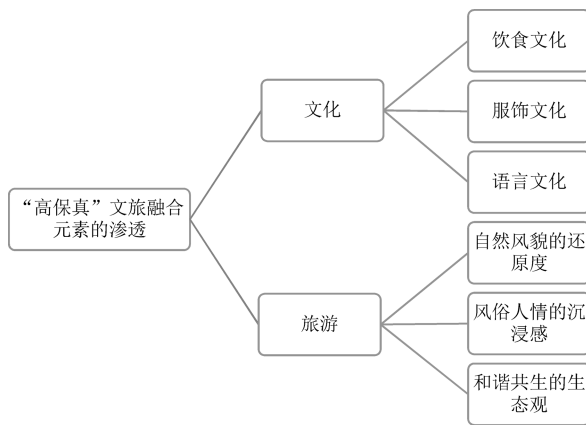


图1 《原神》中文旅融合的渗透元素

Fig. 1 The Permeable Elements of Culture-tourism Integration on Genshin Impact

4.1 文化元素分析

4.1.1 饮食文化

饮食作为地区特色的象征，正逐渐演变成为一种

文化符号。在《原神》这款游戏中,一些具有增益功能的道具被设计成菜品的样式。其中不少菜品是根据我国传统菜肴改编而成,并且菜品简介中详细记载了每道菜的制作方式。例如,游戏中的菜品道具“腌笃鲜”对应的是中国八大菜系中的徽菜经典腌笃鲜,其简介中不仅有对食材及烹饪方式的介绍,还有对美食的口感风味的详细描述,配以形象逼真的绘图,引发玩家想象,让人垂涎三尺。有受访者提及:

“我本身就喜欢做饭,但平时做的都是家常菜,在游戏中看见这些名菜感觉十分欣喜。我是安徽人,其中腌笃鲜是经典家乡菜。我把每一道菜的介绍都看了一遍,还尝试在现实生活中还原,并且做的还不错。”(受访者7)

此外,游戏中的饮食文化可以激发玩家深入了解和探究传统文化和相应故事的积极性。有受访者提到:

“还有一款杏仁豆腐看起来就特别好吃,但是通过菜品下方的简介才知道,杏仁豆腐竟然没有豆腐,希望有机会能去当地旅游,尝一尝是什么味道。”(受访者11)

4.1.2 服饰文化

《原神》作为一款角色扮演类游戏,游戏角色在服装设计上颇有巧思,既追寻潮流现代,与时俱进,符合当下年轻人的审美,又增添了不少中华传统文化的韵味。例如游戏角色钟离的服装设计,作为璃月的守护者,其服饰上主要设计元素都与古代皇帝的龙袍相关。如长衫正面的盘扣汲取了马褂元素,尾部的龙鳞设计融入了中国龙图腾文化;长衫背面纹路设计的母本则是以我国古代具有吉祥寓意的传统祥纹——方胜纹、回纹,象征无穷尽的美好(如图2所示)。角色的服饰设计将传统文化元素进行现代化设计,深化国内玩家尤其是年轻群体对传统文化的认识。有受访者提到:

“游戏中我最喜欢的角色是钟离,它是《原神》上线以来最受欢迎的角色,钟离的形象设计非常有中国特色,包括服饰、妆发、语音、性格形象,有很强的中华优秀传统文化意蕴,也是《原神》这款游戏在国外的最大爆点。”(受访者2)

4.1.3 语言文化

对于游戏玩家来说,游戏中传统中华文化的命名也是他们在游戏中获得极高沉浸感的原因。璃月中许多地名,在国外的版本中都是直接以汉语拼音命名。而在角色的称谓设计上,在保留回环婉转意蕴的同时,又非常贴合人物性格。游戏中的每个角色都具备元素^①使用的能力,其中一位叫做“刻晴”的角色,拥有操纵“雷元素”的能力,因此,又被称作“霆霓快雨”,此名号源自清代诗人俞樾的诗句“爽若快雨驱霆霓”。霆霓意为急雷,“霆霓快雨”意思是说短暂又急促的雷雨过后,天空即刻变晴^[31]。既呼应了角色的元素使用属性,又与其雷厉风行的性格设定相得益彰。



图2 服饰设计元素与纹路

Fig. 2 Design Elements and Lines of Clothing

4.2 旅游元素分析

为了体现璃月地区的中国风,传统文化元素以符号的形式渗透游戏内容设计,增强游戏中东方文化临场感,具有强烈的具象意义。游戏场景作为开放世界所有内容的载体,如何营造虚拟开放世界的真实感是场景构建的重中之重。基于此,笔者从游戏场景建构入手,分析文旅融合战略驱动下《原神》中的旅游要素融合的脉络。自然风貌的还原是打造“高保真”开放世界的基础,风俗人情营造的沉浸感

^① 元素:“提瓦特”是由火、水、风、雷、草、冰、岩七种元素交汇组成的世界,不同元素之间可以发生反应,为角色提供增益。

是构成玩家开放世界体验的核心，和谐共生的生态观是实现虚拟世界自运转的愿景（如图3所示）。

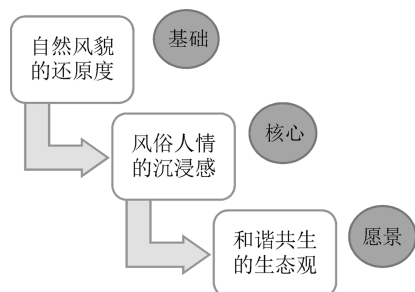


图3 《原神》中旅游元素融合的层次框架

Fig. 3 The Hierarchical Level of Tourism Integration Elements on Genshin Impact

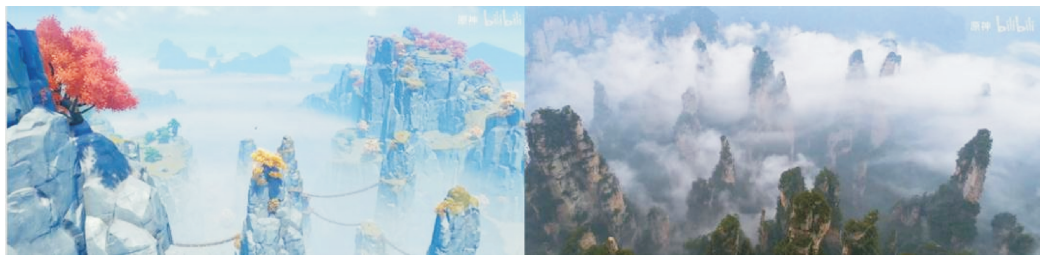


图4 游戏场景绝云间(左)与张家界砂岩峰林地貌(右)对比^[32]

Fig. 4 Comparison of Jueyun Karst in the Game (Left) and Sandstone Peak Forest Landform in Zhangjiajie (Right)

此外，在动态景观上，《原神》以黄龙景区的五彩池为原型，构建了瑰丽多彩的“渌华池”，打破了静态峰林景观的单一性。在写意方面，结合中国传统山水画的绘画手法，在“绝云间”场景中还原现实山峰间云雾缭绕的意态。有受访者提到：

“之前看官方在推特发了一个渌华池和黄龙彩池的对比图，还原度真的太高了！看起来简直一模一样！”（受访者4）

4.2.2 风俗人情的沉浸感

开放世界中山水景观的再现是旅游要素渗透游戏的基本路径，也是建构“高保真”开放世界环境的基石。为了提升虚拟世界的临场感与沉浸感，游戏构建的虚拟世界也包含对玩家所处的社会情境的规则和逻辑的映射，如游戏场景“荻花洲”，便是取景于桂林象山景区并对其进行再创作。“荻花洲”作为玩家

4.2.1 自然风貌的还原度

中式审美讲究山水一体。在《原神》打造的璃月生态中，山水建模均以中国的自然景观为母本。游戏中旅游元素的还原从写实和写意两方面展开，在写实方面，璃月地区是岩之神的领地，以山峦、岩石作为标志性景观。游戏开发团队在进行空间建模时，以张家界地貌为原型，打造了璃月地区最为奇幻的游戏场景——“绝云间”，将砂岩峰林的奇观展现得淋漓尽致（如图4所示）。有受访者提到：

“我之前就去过张家界旅游，后来玩游戏路过绝云间的时候，看到那个索道和山峰就觉得很像，后面去米游社搜了一下，果然是根据张家界地貌复刻的，当时感觉特别亲切！”（受访者12）

初入璃月地区的标志性场景，从视觉交互的角度形成了玩家对于中式美学的初印象。有受访者提到：

“荻花洲其实是璃月版图的第一个场景，整个璃月又是以中国风为主的城邦，在游戏里，基本上荻花洲是国外玩家感受中国的第一视角。荻花洲取材于桂林的山水和人文，能够在一定程度上向海外玩家展示我国旅游景点的魅力。”（受访者18）

游戏场景中风俗人情营造的沉浸感主要体现在建筑艺术和生活方式两个层面。在建筑艺术的时空关联方面，开发团队借助数字化技术，集成了多种历史人文数据^[33]，为玩家打造了多时空交错的全新体验。“荻花洲”场景中的望舒客栈以桂北的干栏建筑为设计原型，并吸收了武侠电影《龙门客栈》中的相关要素^[34]。在视觉交互上，借助数字人文技术，游戏世界及NPC会随着时间和空间而变化，如在傍晚

时卖鱼翁会收摊去客栈吃饭,讨论一天的收入状况。因此,开放世界游戏与数字人文强调的“人地事物”相关联,使得玩家在探索体验的同时对这个建构的世界有自己的联想。在生活方式的融合方面,游戏场景的建构吸纳了日常生活中的人文要素和风俗民情。“荻花洲”在视觉交互设计方面充分吸纳桂林人文风光特质,如渔舟、渔歌、芦苇、炊烟等,建构的世界更加细腻且富有生气。玩家能够在虚拟游戏世界中感受桂林山水的风俗人情,提升玩家对中式旅游元素的接受度。有受访者提到:

“桂林山水甲天下果真名不虚传!游戏里那个渔夫泛舟游历的场景,跟我印象中桂林的宣传片一模一样。趁着有特价票,我要去景区实地看看。”(受访者 11)

4.2.3 和谐共生的生态观

为了增强虚拟与现实世界的连接,除了自然风貌和风俗人情等旅游相关元素的渗透,《原神》在世界观建构方面也遵循了自然界中自洽的法则,在虚拟世界中打造了完整的生态系统,使得“高保真”文旅融合元素为用户创造更加持久的开放世界体验。和谐共生的生态观主要体现在两个层面,一方面是生态多样性,游戏中气候、植被、生物与人类文明形态自成一体^[35]。如以黄龙景区为原型创作的游戏场景“渌华池”,在展现钙华景观的基础上,还将彩池边的银杏、白鹤等多种生物融入其中,还原完整的湿地生态,传达生态保护的理念。有受访者提到:

“看了官方的宣传片才知道,湿地景色竟然这么奇特。渌华池真的太浪漫了,和真实的五彩池几乎一模一样,连池子周边的植物、树木这些细节,美工大大都有注意到。环境保护真的很重要,不然以后都看不到这样的美景了。”(受访者 4)

另一方面,《原神》的生态观还体现在虚拟游戏与现实世界的联动中。在线下景区中,米哈游公司携手张家界文化旅游广电体育局、黄龙管理局、桂林市文化广电和旅游局,签署战略合作协议,在景区中设置《原神》标志性建筑:传送锚点和岩神瞳等,共同打造文旅与游戏融通的生态系统。通过线上和线下相互渗透的方式,实现虚拟与现实的旅游元素融合共生,在提升玩家开放世界体验的同时,激励玩家走进景

区,感受自然风光和风俗人情。有受访者提到:

“米哈游居然真的把二次元中的东西搬到了现实世界,这大大增加了《原神》虚拟世界的真实感,当时去黄龙旅游的时候,真的感觉像穿越到了游戏世界。”(受访者 5)

5 “文旅融合+游戏”生态平台的双轨融通

5.1 文旅融合赋能游戏创新与高质量发展

5.1.1 丰富玩家体验

CNNIC 第 47 次报告中提到,《原神》以其在游戏内容与机制方面的创新极大丰富了玩家体验^[6]。开放世界游戏作为一种舶来品,在本土化的进程中,融入中国特色的文化和旅游元素,重新定义了虚拟游戏与现实世界的关系:游戏世界并非完全游离于现实世界之外,而是部分依托现实世界所驱动的虚拟架构。如游戏人物钟离作为璃月港的缔造者,被称作岩王帝君,角色造型设计颇具古人的仙风道骨,其台词融入古典文学和文言文元素,提升了玩家的临场感和体验感。有玩家评论提到:

“中国风的 pv 完美地表现出钟离的磅礴大气,苍生苦楚时的那一抬眼真的被震到了,岩神不愧是武神,看个 pv 好像武术大片似的,浓墨重彩地描绘出钟离作为最古老的神的磅礴大气。”

本研究所访谈的 18 位玩家都明确表示开放世界游戏的规划设计中融入文旅元素能增强参与度和沉浸感。一方面,融入中式美学的游戏世界,可以满足玩家的审美需求,并引发玩家共鸣。有受访者提到:

“游戏当中的海灯节活动是依据中国元宵节设计的,游戏中将中国传统文化元素体现得淋漓尽致,在举家同庆的日子里,让旅行者们和游戏里也能感受到节日氛围,这种体验真的太棒了!”(受访者 10)

另一方面,基于真实奇幻景观还原的场景设计,玩家犹如身临其境一般。有受访者提到:

“从米游社中了解到,璃月地区的设计是从中国很多现实中的地方取景的,例如黄龙、张家界、桂林,在游戏里仿佛置身于仙境之中。我平时就特别喜欢爬山欣赏自然风光,游戏中的庆云顶是一个绝佳的朝霞晚霞的观景点。”(受访者 1)

文旅融合背景下国产游戏创新与推广的模式探索：基于《原神》的案例分析

Exploring the Innovation and Promotion Models of Domestic Games in the Context of Culture-tourism Integration: A Case Study of Genshin Impact

张妍 李金昊 赵宇翔

5.1.2 提升国产游戏平台的商业价值

近几年,我国游戏产业步入高速发展阶段。以移动和网络游戏为代表的数字文创逆势而上,成为文化产业的重要经济体^[6]。2020年中国移动游戏收入排名前100的产品中,开放世界游戏所属的角色扮演类游戏占比28%,是移动游戏营收的重要支柱。在题材方面,文化融合游戏总数量虽然仅占2%,但是其总流水收入却位列前三^[4]。Sensor Tower数据显示,《原神》作为一款融入文旅IP的开放世界游戏,自发行以来,其移动端6个月收入超过10亿美元,是全球收入最高的角色扮演游戏^[28]。综上所述,文旅融合游戏正在成长为游戏市场的新风尚,拉动国产游戏平台的商业价值,发展前景广阔。有受访者提到:

“《原神》刚出的那会,为了响应疫情防控的号召,我几乎整天宅在家里。玩了好几款都感觉没什么意思。正好看到有同学发了《原神》中渌华池场景和黄龙五彩池的对比图,我看画风唯美,场景逼真,就去玩了,我的好多小伙伴也一直在玩。”(受访者14)

5.1.3 激活游戏产业的文化价值

随着数字传播的发展以及游戏质量和形象提升,游戏在公众视野中的曝光度激增且接受度也有了较大的改观。游戏本身作为一种数字文化产品的观点亦被大众所认可。相较于传统文化形式,游戏作为一种参与式文化^[36],其在故事叙述及艺术传达方面更具优势,已然成为中国输出文化和价值观的重要载体。在文旅融合联动游戏开发的思潮下,传统文化基因与自然人文风貌通过游戏中的故事线、角色、场景、音乐等内容予以呈现^[37],丰富游戏产品的文化底蕴。在文旅融合的思潮下,游戏中融入文旅元素,一方面加强游戏的文化认知属性,优化游戏产业的发展格局;另一方面助力游戏从小众文化走向主流文化,普及大众,突破ACG^①文化的次元壁,成长为数字文化的中坚力量。有受访者提到:

“游戏慢慢地成为了主流的娱乐方式,希望在未来能够看到一些更具文化内涵的游戏产品,特别是咱们中国特色的游戏作品。”(受访者16)

5.2 游戏创新赋能文旅融合的落地推广

《原神》创新文旅跨界融合发展的新业态。在文创生态平台化战略方面,《原神》与肯德基发起线上线下的联动活动。线上以“KFC×原神联动”为主题,在新浪微博向玩家广泛征集创作。该活动引发热烈反响,参与人数多达近4,000人,讨论次数高达6.4万余次,阅读量超过1.6亿。线下方面,玩家购买肯德基商品可获得《原神》限定纪念徽章。线下活动期间,肯德基产品供不应求,引发玩家的广泛参与^[38]。这场文创IP与快消品牌的跨界合作取得了“破圈式”成功,极大地展现了“游戏+文旅融合”生态平台的优势。有受访者提到:

“原神和肯德基联名活动非常成功,我一连两天去肯德基都没有买到联名套餐,幸好我朋友帮我买到了。”(受访者1)

文旅与游戏的联动能够释放巨大的文化价值和商业价值。在旅游产品方面,《原神》携手张家界文化旅游广电体育局、黄龙管理局、桂林市文化广电和旅游局,开启“从驻足到远行”景区线下联动,将游戏的经典元素融入景区景点,在维持景区原有风貌的同时,还原游戏世界场景,打造具备游戏元素与文化属性的文旅体验新空间,扩大数字文旅产品内需,形成具有文旅融合特色的网红打卡地,激发玩家由线上互动转为线下体验,打破虚拟游戏与现实世界的壁垒,推动文化与旅游线上线下的融合发展^[39]。有受访者提到:

“那个周末原本打算在家里宅着,但是看到米游社里面《原神》与桂林景区联动活动,就马上约了小伙伴一起去打卡。”(受访者17)

5.3 文旅融合的游戏出海助力文化输出

随着国产游戏产品“出海”规模逐渐扩大,游戏已然成为中国文化“走出去”的新举措。《原神》2.0版本的前瞻直播中,国外直播平台twitch实时在线观看人数超过50万,钟离的角色演示视频播放次数也已突破2,000万。并且,米哈游公司携《原神》参加各种国际游戏大展,如日本的TGS、韩国的G-STAR等,收获种子玩家对游戏的一致好评。此外,《原神》还

① ACG: Animation、Comics 与 Games 的简称,多指二次元文化。

得到了许多海外知名游戏媒体、游戏评论人的推荐,上线后便屡次登顶海外各类榜单,海外游戏主播在观看《原神》角色“魈”的先导预告时,在 reaction 视频^①中都不吝表达了惊喜和称赞。在 BrandZ™ 中国全球化品牌 50 强中,米哈游荣登第 22 位^[40]。作为游戏出海的先行者,米哈游科技有限公司和《原神》也入选商务部、中宣部等五部委联合公示的 2021-2022 年度国家文化出口重点企业和重点项目^[12]。

结合玩家访谈数据和《原神》在国外引发热议的关键客观事件进行分析发现,《原神》的文旅融合实践饱受海外玩家的青睐。如《原神》桂林景区联动视频在国外游戏社区 Reddit 引发许多海外玩家对中国自然与人文的向往^[41]。文旅融合借助游戏平台超越时空限制,实现优秀且高效的跨文化传播。融入文旅元素的游戏作为一种“柔性”的文化输出形态,通过不经意的、高参与度的、强渗透力的、富体验性的互动模式,推动正面积极的文化输出,打造有影响力且辐射面广的文化自信。有受访者提到:

“游戏其实是一种很好的文化输出方式,它不像以往那种生硬冰冷的文字,它可以在玩家玩游戏的过程中,潜移默化地影响海外玩家对中华文化神韵以及中国地理风貌的认知。”(受访者 7)

“终于有制作精良、并且融合了咱们民族文化和旅游景观的国产游戏大放异彩。看到外网很多国外友人的称赞的时候,感觉中华文化终于被正名了,感觉游戏好像是一种很好的中华文化对外进行输出的方式。特别是看到海外友人对《原神》的赞誉以及对中国的向往,我感觉非常自豪。”(受访者 9)

6 结语与建议

在“内容为王、产品制胜”的浪潮下,文化创意和自主创新是激发游戏产业活力的关键因素。本文以开放世界游戏《原神》为例,分析文旅元素对游戏产品的渗透脉络,探究“文旅融合+游戏”双轨融通产生的双向效用。研究发现,文旅融合从体验提升与价值增长层面面对游戏产业的创新与推广作出贡献。同样,融入文旅基因的游戏场景能够促进民族记忆集体建构,显著增加玩家身份认同感^[42],助力中国故事海外传播。基于此,笔者从文化和游戏产业可持

续发展的角度,提出以下三点建议:一是坚持科技赋能,加速文旅融合与游戏云平台联姻。在文旅融合驱动的游戏更新迭代的情境下,游戏将会呈现更多丰富的内容角色与逼真的场景设计,云游戏或将成为游戏行业的发展趋势,文旅游戏云平台有望成为移动视觉搜索下数字文旅资源建设与聚合有力助推器,展现文化旅游与科技融合的新业态^[43]。未来,文旅与游戏的融合应坚持科技赋能,打造文旅融合与游戏双轨融通的生态环境。二是坚持跨界融合,实现“文旅+游戏+教育”的价值共创。跨行业融合是游戏行业走向主流的必经之路。在文旅融合对游戏产业的渗透下,游戏创新中承载的文化基因与文化价值势必更加厚重。优质的游戏产品能够兼具文化性与趣味性,适度的游戏参与对玩家的视野拓展、知识增长及身心健康均有益处^[44]。因此,教育产业的游戏化设计是未来游戏产业跨界融合的重点^[45]。三是坚持精品化建设,促进优质文旅 IP 转化。在“内容为王、产品制胜”的浪潮下,文化创意和自主创新是激发游戏产业活力的关键因素。把握公共文化和公共服务的本质和规律,深入了解传统文化内涵,落实“宜融则融、能融尽融”的方针,设计开发具有中国特色的游戏作品与文创产品,利用游戏场景推动民族文化集体记忆的建构,发挥市场的资源配置作用,促进文旅创新成果的海外传播。

作者贡献说明

张 妍:提出研究思路,设计研究方案,实施访谈过程,数据收集和分析,撰写及修订论文;

李金昊:设计访谈框架,实施访谈过程,数据分析及撰写论文;

赵宇翔:修订研究方案,确定研究框架,参与访谈过程,撰写及修订论文。

支撑数据

支撑数据由作者自存储,Email:strawberries_z@163.com。

1 张妍,李金昊,赵宇翔. 用户访谈数据.docx. 用户访谈原始数据及分析过程。

① reaction 视频:记录玩家对事件做出反应的视频。这里是指记录海外玩家观看魈的先导片时的反应的视频。

文旅融合背景下国产游戏创新与推广的模式探索：基于《原神》的案例分析

Exploring the Innovation and Promotion Models of Domestic Games in the Context of Culture-tourism Integration: A Case Study of Genshin Impact

张妍 李金昊 赵宇翔

参考文献

- [1] 新华社. 关于国务院机构改革方案的说明[EB/OL]. [2021-04-28]. http://www.gov.cn/guowuyuan/2018-03/14/content_5273856.htm. (Xinhua News Agency. Explanation of the State Council's Institutional Reform Program[EB/OL]. [2021-04-28]. http://www.gov.cn/guowuyuan/2018-03/14/content_5273856.htm.)
- [2] 国家统计局. 文化及相关产业分类(2018)[EB/OL]. [2021-04-28]. http://www.stats.gov.cn/tjsj/tjbz/201805/t20180509_1598314.html. (National Bureau of Statistics of China. Classification of Cultural and Related Industries (2018) [EB/OL]. [2021-04-28]. http://www.stats.gov.cn/tjsj/tjbz/201805/t20180509_1598314.html.)
- [3] 中国产业信息网. 2020年中国文创产品市场结构及重点企业对比分析[EB/OL]. [2021-09-18]. <https://www.chyxx.com/industry/202101/923271.html>. (China Industry Information Network. Comparative Analysis of Market Structure and Key Enterprises of Chinese Cultural and Creative Products in 2020[EB/OL]. [2021-09-18]. <https://www.chyxx.com/industry/202101/923271.html>.)
- [4] 中国音数协游戏工委. 2020年中国游戏产业报告[EB/OL]. [2021-04-28]. https://www.chinaxwcb.com/uploads/1/file/public/202012/20201217143001_pugg63oor3.pdf. (Game Publishing Committee of China Audio-video and Digital Publishing Association. 2020 China Game Industry Report [EB/OL]. [2021-04-28]. https://www.chinaxwcb.com/uploads/1/file/public/202012/20201217143001_pugg63oor3.pdf.)
- [5] Lucas K, Sherry J L. Sex Differences in Video Game Play: A Communication-based Explanation[J]. Communication Research, 2004, 31(5): 499-523.
- [6] 中国网信网. 第47次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL]. [2021-04-27]. http://www.cac.gov.cn/2021-02/03/c_1613923423079314.htm. (Cyberspace Administration of China. The 47th "Statistical Report on Internet Development in China"[EB/OL]. [2021-04-27]. http://www.cac.gov.cn/2021-02/03/c_1613923423079314.htm.)
- [7] Bonner M. On Striated Wilderness and Prospect Pacing: Rural Open World Games as Liminal Spaces of the Man-Nature Dichotomy[C]//Proceedings of the 2018 Digital Games Research Association International Conference: The Game is the Message, Turin, Italy, 2018: 1-18.
- [8] Cullen T. Modelling Environmental and Temporal Factors on Background Characters in Open World Games[D]. Ireland: University of Dublin, 2015: 1-66.
- [9] Champion E. Culturally Significant Presence in Single-player Computer Games[J]. Journal on Computing and Cultural Heritage, 2020, 13(4): 1-24.
- [10] Denham J, Spokes M. The Right to the Virtual City: Rural Retreatism in Open-world Video Games[J]. New Media & Society, 2021, 23(6): 1567-1583.
- [11] 文化和旅游部. 文化和旅游部关于推动数字文化产业高质量发展的意见[EB/OL]. [2021-04-28]. http://zwgk.mct.gov.cn/zfxgkml/cyftz/202012/t20201206_916978.html. (Ministry of Culture and Tourism of the People's Republic of China. Opinions of the Ministry of Culture and Tourism on Promoting the High-quality Development of the Digital Cultural Industry[EB/OL]. [2021-04-28]. http://zwgk.mct.gov.cn/zfxgkml/cyftz/202012/t20201206_916978.html.)
- [12] 中华人民共和国商务部. 关于公示 2021-2022 年度国家文化出口重点企业和重点项目名单的通知[EB/OL]. [2021-08-18]. <http://www.mofcom.gov.cn/article/zwgk/gztz/202107/20210703180727.shtml>. (Ministry of Commerce of the People's Republic of China. Notice on Publicizing the List of National Key Cultural Export Enterprises and Key Projects from 2021 to 2022[EB/OL]. [2021-08-18]. <http://www.mofcom.gov.cn/article/zwgk/gztz/202107/20210703180727.shtml>.)
- [13] Squire K. Open-ended Video Games: A Model for Developing Learning for the Interactive Age[M]. Cambridge: The MIT Press, 2008: 167-198.
- [14] Elias H, Almeida F, Filgueiras E, et al. No-places and Immersion in Open World Games: A Rock Star Case Study[C]//International Conference on Design and Digital Communication. New York: Springer, 2020: 166-179.
- [15] Hughes N G J, Cairns P. Opening the World of Contextually-specific Player Experiences[J]. Entertainment Computing, 2020, 37: 100401.
- [16] Aung M, Demediuk S, Sun Y, et al. The Trails of Just Cause 2: Spatio-temporal Player Profiling in Open-world Games[C]//Proceedings of the 14th International Conference on the Foundations of Digital Games. New York: ACM, 2019: 1-11.
- [17] Kóknar C. Who is at the Center? Designing Playful Experiences by Using Player-centered Approach[C]//International Confer-

- ence on Human-Computer Interaction. New York: Springer, 2019: 11-21.
- [18] Tomai E, Salazar R, Flores R. Mimicking Humanlike Movement in Open World Games with Path-relative Recursive Splines [C]//Proceedings of the Ninth AAAI Conference on Artificial Intelligence and Interactive Digital Entertainment, Washington, America, 2013: 93-99.
- [19] Szymanczyk O, Dickinson P, Duckett T. From Individual Characters to Large Crowds: Augmenting the Believability of Open-world Games through Exploring Social Emotion in Pedestrian Groups [C]//Proceedings of the 2011 Digital Games Research Association International Conference: Think Design Play, Hilversum, the Netherlands, 2011: 1-15.
- [20] Smith B G. Making the Virtual Actual: A Research Model to Understand Music of Contemporary Open-world Video Games [D]. Australia: University of Adelaide, 2019.
- [21] Richter S R, Vineet V, Roth S, et al. Playing for Data: Ground Truth from Computer Games [C]//European Conference on Computer Vision. New York: Springer, 2016: 102-118.
- [22] Min W, Mott B, Rowe J, et al. Multimodal Goal Recognition in Open-world Digital Games [C]//Proceedings of the AAAI Conference on Artificial Intelligence and Interactive Digital Entertainment, California, America, 2017: 80-86.
- [23] Majewski J. Transmitting and Preserving Cultural Knowledge through Open-world Role-playing Games [J]. Role of Higher Education Institutions in Society: Challenges, Tendencies and Perspectives, 2014, 1(3): 130-136.
- [24] Stone R, Ojika T. Virtual Heritage: What Next? [J]. IEEE Multimedia, 2000, 7(2): 73-74.
- [25] Riedl M O, Bulitko V. Interactive Narrative: An Intelligent Systems Approach [J]. AI Magazine, 2013, 34(1): 67-67.
- [26] Johnson E. Experienced Archaeologies: A Mini-ethnography Exploring the Way in Which People Engage with the Past in Single Player Role-playing Video Games [D]. York: University of York, 2013.
- [27] App Annie. 2020 年 10 月中国厂商及应用出海收入 30 强 [EB/OL]. [2021-09-18]. <https://www.appannie.com/cn/insights/market-data/2020-oct-going-global-top-30-2/>. (App Annie. Top 30 Chinese Manufacturers and Application Export Revenue in October 2020 [EB/OL]. [2021-09-18]. <https://www.appannie.com/cn/insights/market-data/2020-oct-going-global-top-30-2/>.)
- [28] 新浪财经. 米哈游《原神》六蝉联海外收入冠军 腾讯游戏承压加速投资 [EB/OL]. [2021-09-18]. <https://finance.sina.com.cn/xinjingji/2021-04-13/doc-ikmyaawa9495183.shtml>. (Sina Finance. "Genshin Impact" Produced by Mihayo Has Been the Champion of Overseas Revenue for Six Times, and Tencent Game Is Under Pressure to Accelerate Investment [EB/OL]. [2021-09-18]. <https://finance.sina.com.cn/xinjingji/2021-04-13/doc-ikmyaawa9495183.shtml>.)
- [29] Wimmer R D, Dominick J R. Mass Media Research: An Introduction [M]. California: Wadsworth Publishing Company, Inc., 1994: 1-5.
- [30] 伽玛数据. 深度调研:《原神》流水能超 80 亿? “内容相似”争议影响几何? [EB/OL]. [2021-09-18]. <https://xueqiu.com/9065001642/160139517>. (Gamma Data. In-depth Research: Can the Revenue of "Genshin Impact" Exceed 8 Billion? How Does the "Content Similar" Dispute Affect? [EB/OL]. [2021-09-18]. <https://xueqiu.com/9065001642/160139517>.)
- [31] 银河老矿工. 原神角色设计细节及彩蛋 [EB/OL]. [2021-09-18]. <https://www.bilibili.com/video/BV1sX4y1V7vj>. (The Old Miner of the Milky Way. Character Design Details and Easter Eggs in Genshin Impact [EB/OL]. [2021-09-18]. <https://www.bilibili.com/video/BV1sX4y1V7vj>.)
- [32] 原神官网.《原神》“从驻足到远行”景区联动纪录片-张家界篇 [EB/OL]. [2021-09-18]. <https://ys.mihoyo.com/main/news/detail/10163>. (Website of Genshin Impact. "From Stop to Travel" Scenic Spot Linkage Documentary for "Genshin Impact"-Zhangjiajie [EB/OL]. [2021-09-18]. <https://ys.mihoyo.com/main/news/detail/10163>.)
- [33] 夏翠娟, 娄秀明, 潘威, 等. 数智时代的知识组织方法在历史地理信息化中的应用初探——兼论图情领域与人文研究的跨学科融合范式 [J]. 图书情报知识, 2021, 38(3): 37-49. (Xia Cuijuan, Lou Xiuming, Pan Wei, et al. The Use of Knowledge Organization in Historical Geography Informatization in Digital Intelligence Era: Paradigms of the Interdisciplinary Integration of Library and Information Science with Humanities [J]. Documentation, Information & Knowledge, 2021, 38(3): 37-49.)
- [34] 桂林日报. 在游戏中“打卡”桂林山水 我市与跨界大 IP 合作联动加速文旅复苏 [EB/OL]. [2021-09-18]. https://www.guilin.gov.cn/ywdt/xwgz/202011/t20201119_1936415.shtml. (Guilin Daily. "Punch" Guilin Landscape in the Game: Our City and Cross-border IP Cooperation to Accelerate the Recovery

文旅融合背景下国产游戏创新与推广的模式探索：基于《原神》的案例分析

Exploring the Innovation and Promotion Models of Domestic Games in the Context of Culture-tourism Integration: A Case Study of Genshin Impact

张妍 李金昊 赵宇翔

- of Cultural Tourism[EB/OL]. [2021-09-18]. https://www.guilin.gov.cn/ywdt/xwgz/202011/t20201119_1936415.shtml.)
- [35] 原神官网.《原神》“从驻足到远行”景区联动纪录片-黄龙篇[EB/OL]. [2021-09-18]. <https://ys.mihoyo.com/main/news/detail/11447>. (Website of Genshin Impact. "From Stop to Travel" Scenic Spot Linkage Documentary for "Genshin Impact"-Huanglong[EB/OL]. [2021-09-18]. <https://ys.mihoyo.com/main/news/detail/11447>.)
- [36] Tü rko ğ lu H S, Tü rko ğ lu S. The Digital Cultural Identity on the Space Drawed in Virtual Games and Representative[M]// Handbook of Research on Examining Cultural Policies through Digital Communication. Pennsylvania: IGI Global, 2019: 121-143.
- [37] 人民日报. 激活网游产业的文化属性[EB/OL]. [2021-09-18]. http://www.xinhuanet.com/tech/2020-05/11/c_1125966704.htm. (People's Daily. Activate the Cultural Attribute of Online Game Industry[EB/OL]. [2021-09-18]. http://www.xinhuanet.com/tech/2020-05/11/c_1125966704.htm.)
- [38] 雷科技. 原神×KFC联动，一场教科书式的营销范例[EB/OL]. [2021-04-28]. <https://www.36kr.com/p/1139509108231428>. (Leitech. Genshin Impact×KFC: A Textbook Example of Marketing [EB/OL]. [2021-04-28]. <https://www.36kr.com/p/1139509108231428>.)
- [39] 江苏省文化和旅游厅. 关于促进文化和旅游产业融合发展的指导意见[EB/OL]. [2021-04-28]. http://wlt.jiangsu.gov.cn/art/2021/1/4/art_48955_9666192.html. (Department of Culture and Tourism of Jiangsu Province. Guiding Opinions on Promoting the Integrated Development of Cultural and Tourism Industries[EB/OL]. [2021-04-28]. http://wlt.jiangsu.gov.cn/art/2021/1/4/art_48955_9666192.html.)
- [40] 新浪科技. 2021 凯度中国全球化品牌 50 强：阿里字节跳动华为位列前三[EB/OL]. [2021-09-18]. <http://finance.sina.com.cn/tech/2021-05-11/doc-ikmxzfmm1783889.shtml>. (Sina Technology. Kantar China's Top 50 Global Brands in 2021: Ali, Byte Dance, Huawei Ranks Top 3 [EB/OL]. [2021-09-18]. <http://finance.sina.com.cn/tech/2021-05-11/doc-ikmxzfmm1783889.shtml>.)
- [41] These Real Life Shots Taken at Guilin, China Are Too Good to Be Passed By! [EB/OL]. [2021-09-18]. https://www.reddit.com/r/Genshin_Impact/comments/jwbrd8/these_real_life_shots_taken_at_guilin_china_are/
- [42] 张朝枝, 朱敏敏. 文化和旅游融合：多层次关系内涵、挑战与践行路径[J]. 旅游学刊, 2020, 35(3): 62-71. (Zhang Chaozhi, Zhu Minmin. The Integration of Culture and Tourism: Multi-understandings, Various Challenges and Approaches[J]. Tourism Tribune, 2020, 35(3): 62-71.)
- [43] 张玥, 余姝, 朱庆华. 基于移动视觉搜索的图书馆文旅融合发展策略研究[J]. 图书与情报, 2021(2): 91-98. (Zhang Yue, Yu Shu, Zhu Qinghua. Research on the Development Strategy of the Integration of Library Culture and Tourism Based on Mobile Visual Search[J]. Library & Information, 2021(2): 91-98.)
- [44] Adachi P J C, Willoughby T. Do Video Games Promote Positive Youth Development? [J]. Journal of Adolescent Research, 2013, 28(2): 155-165.
- [45] 王自洋, 陈一诗, 肖雨滋. 文旅融合背景下我国公共图书馆特色资源建设与利用策略研究[J]. 图书馆, 2021(6): 80-86. (Wang Ziyang, Chen Yishi, Xiao Yuzi. Research on the Construction and Utilization Strategy of Characteristic Resources of Public Libraries in China under the Background of Integration of Culture and Tourism[J]. Library, 2021(6): 80-86.)

(收稿日期: 2021-07-08)